Door Francis Tilborghs

'Het gerecht moet er als kunstwerk uitzien'

Joris Luyten is een man die van kunst houdt. Dat hij even naar Engeland verhuisde om daar kunst te kunnen fotograferen, mag dan ook niet verbazen. Als hij zich bezighoudt met culinaire fotografie, dan probeert hij ook op dit gebied iets kunstzinnigs voor de opdrachtgever te maken. Met zijn jaarboek Foodprint probeert hij de culinaire fotografie op te tillen naar het niveau van kunstfotografie. Daar kan de hele sector beter van worden. Joris Luyten is een man met een visie en een missie, zoveel is duidelijk. Vandaar dat we hem gingen opzoeken in zijn woning in Ekeren.

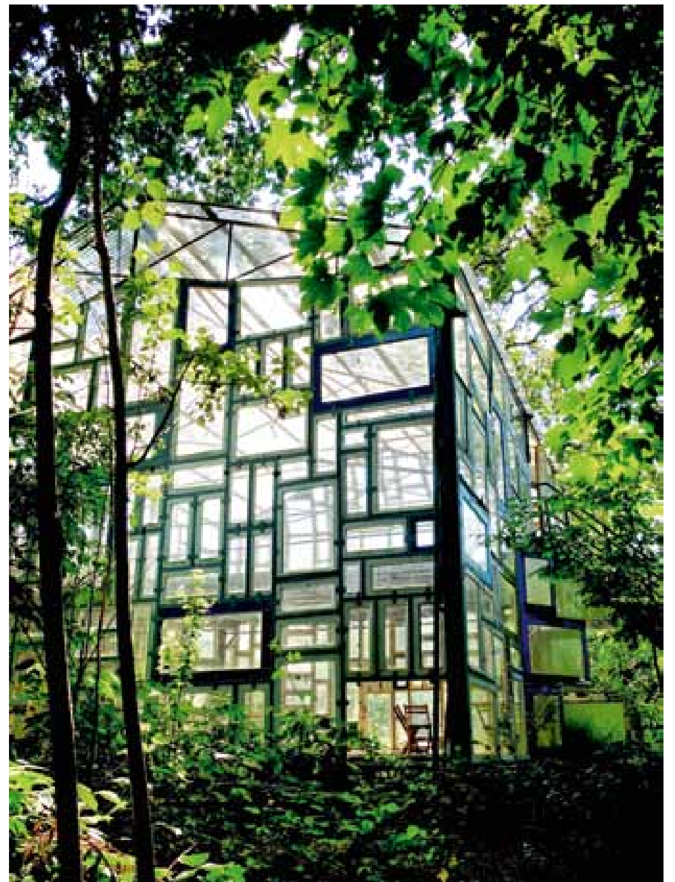


Joris Luyten. Zelfportret.

Joris, je bent je carrière begonnen met het fotograferen van kunstwerken, geen evidente keuze. Hoe ben je daartoe gekomen?

"Ik ben altijd al een kunstliefhebber geweest en bezoek regelmatig musea en tentoonstellingen. Nadat ik afstudeerde als fotograaf, heb ik er bewust voor gekozen om kunst te gaan fotograferen. Tijdens mijn jaar verplichte legerdienst heb ik sollicitatiebrieven gestuurd naar beroemde musea over gans de wereld met de vraag of ik bij hen de stiel mocht komen leren. Uiteindelijk ben ik terecht gekomen in het Britse Royal Maritime Museum. Dat was een heel interessante opportuniteit want alle kunst in Engeland heeft van ver of dichtbij met zeevaart te maken. Ik kreeg dus te maken met scheepsarcheologie, maritieme schilderijen, scheepsinterieurs, alles eigenlijk. Ik werd mee opgenomen in een team van zeven voltijdse fotografen, die actief waren in dat museum. Als er









bijvoorbeeld een Japanse uitgeverij een foto nodig had van admiraal Nelson, dan maakten wij een foto van een schilderij waar hij opstond. Dat soort opdrachten. We werkten met een rotatiesysteem zodat ik de ene week archeologische opgravingen fotografeerde en de week daarna in de doka stond. Zo leerde ik enorm veel in korte tijd. Mijn collega's waren echte 'masters' in hun vak. Eén collega werkte op Ektachrome-film zonder gebruik van lichtmeter. Als het beeld een derde stop over- of onderbelicht was, kon je het weggooien. Maar als die man een foto maakte, was het altijd correct belicht, zonder lichtmeter en puur op ervaring. Ik heb die fotograaf een interieur van een kathedraal bij nacht zien fotograferen. Hij zette de sluiter open en begon her en der met een handflitser de donkere ruimtes op te vullen. Nu kan je vandaag de dag hetzelfde doen op een digitale manier en twintig versies maken. Je kiest de beste versie eruit die je dan in Lightroom verder kan optimaliseren. Maar de fotografen van het Royal Maritime Museum maakten slechts één beeld en dat was meteen goed uitgelicht. Ongelooflijke vakmannen waren het. Na een jaar mocht ik bij de directeur komen. Die was zeer tevreden over mijn werk en de hoeveelheid werk dat ik verzette. Op drie maanden tijd hadden we de wachtlijst van opdrachten weggewerkt. Ik mocht aan een tweede periode beginnen, maar daar ben ik niet meer op ingegaan. Ik hou enorm veel van Engeland, maar wou terug in België om er iets op te bouwen. Zo ben ik beginnen werken voor kunstuitgeverijen zoals Lannoo, Openbaar Kunstbezit en een aantal Antwerpse musea."

Terug in België ben je echter de culinaire toer opgegaan. Vanwaar die switch?

"In 1985 werd Culinaire Ambiance opgericht, het eerste culinaire tijdschrift in België en Nederland. Ik had nog nooit foodfoto's gemaakt, maar soms wordt je leven bepaald door toevalligheden. Op een bepaald moment had ik een nogal technische opname gemaakt van een gedekte tafel in een restaurant. Een paar dagen nadien komt Etienne Cocquyt die het programma Cuisine presenteerde op de Vlaamse televisie, dat restaurant binnen en vertelt daar dat hij met een tijdschrift gaat beginnen. Etienne, die de 'Piet Huysentruyt' van zijn tijd was, vroeg aan de restauranthouder of hij toevallig geen fotograaf kende. Op die manier ben ik bij Culinaire Ambiance betrokken geraakt. Al doende heb ik het vak van culinair fotograaf geleerd. Je kan die fotografie van toen niet vergelijken met nu. Vandaag gaat alle aandacht naar het gerecht op het bord. Dat moet er als een kunstwerk uitzien. Destijds was het best mogelijk dat het bord maar een derde van het beeld besloeg en dat de rest van de foto gevuld was met de omgeving van het restaurant. Zo ben ik ooit met een bord helemaal naar de nok van de Dom van Utrecht gelopen voor een restaurant dat aan de voet van de kerk gelegen was. Ik nam dan de foto van het gerecht met – helemaal in de diepte – het restaurant. Ik heb me via Culinaire Ambiance snel kunnen inwerken in dat wereldje en heb zo een netwerk uitgebouwd dat me vandaag nog altijd van pas komt. De meeste topchefs heb ik nog zien beginnen: Sergio Herman, Peter Goossens, en ook meer koks in Nederland en Luxemburg. Alle restaurants stonden graag in het magazine omdat dit betekende dat je een gevestigde waarde was. De oplage was zodanig groot dat er budget voorhanden was om bijvoorbeeld fotoreportages te maken in Sri Lanka. Uiteindelijk heb ik twintig jaar voor dat tijdschrift gewerkt terwijl het min of meer mijn enige werkgever was. Na die twintig jaar is er een nieuw management geko-





men met andere inzichten. De magie was wat verdwenen en ik heb nieuwe horizonten opgezocht. Dat was geen makkelijke beslissing want na al die jaren was ik Culinaire Ambiance een beetje als mijn eigen kind gaan beschouwen. Gelukkig heb ik snel andere opdrachtgevers gevonden zoals Bierpassiemagazine, het sigarenmagazine El Gusto, Tijdloos Wonen, Touring Magazine en andere."

Je neemt niet alleen foto's voor die tijdschriften, maar schrijft ook artikelen.

"De gouden jaren 80 en 90 waren voorbij en de digitale fotografie maakte haar opgang. Waar vroeger een fotograaf en een redacteur op pad werd gestuurd voor het maken van een reportage, gebeurde het steeds vaker dat de redacteur zelf de foto's moest nemen. Als zij foto's kunnen nemen, dan kan ik ook wel teksten schrijven, dacht ik. Zo is dat begonnen. In het begin waren dat kleine tekstblokjes om uitleg te geven bij de foto's, maar dat is stilaan uitgegroeid tot het schrijven van volwaardige artikelen. Ik werk nu ook pro-actief. Ik wacht dus niet tot er een opdracht binnenkomt, maar neem zelf het initiatief om een artikel te maken over een onderwerp waarvan ik denk dat er interesse is bij mijn klanten. Als ik een foto neem van een kopje koffie in Indonesië, dan is geen enkele uitgeverij daarin geïnteresseerd. Maar als ik daar een verhaal kan rondbouwen over hoe speciaal die koffie wel is en hoe die wordt gemaakt, dan creëer je veel meer interesse bij de klant. Ik neem daarmee het financiële risico voor mezelf. Dikwijls is het ook zo dat er indirect nieuwe opdrachten uit voortkomen. Ik geloof eerder in deze manier van werken dan louter op Facebook berichtjes te plaatsen."

Maakt culinaire fotografie nog altijd een groot deel uit van je omzet?

"Zeer zeker. Een grote klant van mij is Lunch Garden, een keten van 75 restaurants. Ik weet dat sommige culinaire fotografen neerkijken op dit soort werk, maar ik ben er best fier op. Ten eerste is het geen makkelijk werk. Het is een grotere uitdaging om gehaktballetjes in tomatensaus visueel aantrekkelijk in beeld te brengen, dan een creatie van Sergio Herman – wiens gerecht een kunstwerk op zich is. Bovendien hangen mijn beelden op alle reclamepanelen en bushaltes in België, alsook in de 75 restaurants zelf. Dan moeten je beelden wel correct uitbelicht zijn of je valt door de mand. Ik ben geen 'fotoshopper', dus de foto's zoals je ze ziet komen rechtstreeks uit de camera. Er worden ook geen trucs toegepast om de gerechten er beter te laten uitzien dan ze zijn. De foto's die ik maak worden doorgestuurd naar de computer zodat de art director op hetzelfde moment kan zien wat het resultaat is. In functie daarvan worden de 'groentjes' herschikt en de hoeveelheid saus aangepast bijvoorbeeld. Ik schik dus zelf de ingrediënten op het bord, dus dat wordt niet voor mij gedaan. Ik krijg daarvoor een heel precieze briefing: de frietjes op het bord worden geteld, de zalmfilet mag niet groter zijn dan wat op papier vermeld staat, enzovoort. Ook op dat vlak moet je dus wat ervaring hebben om dit soort opdrachten tot een goed einde te brengen. Het koken moet ik gelukkig niet zelf doen, dat wordt door de kok gedaan. Op het einde van de dag zijn alle beelden gemaakt en klaar om afgeleverd te worden."

Sinds een aantal jaren ben je ook de stuwende kracht achter Foodprint. Wat is het idee dat hierachter zit?

"Foodprint is een culinair jaarboek waarmee we nu al aan de zesde editie toe zijn. Het idee is om ook de culinaire fotografie in zijn meest brede context te promoten. Oorspronkelijk vroeg de uitgever me alle





fotografie voor mijn rekening te nemen. Alhoewel dat een mooie opdracht was, leek het me toch geen goed idee omdat één fotostijl nogal saai zou overkomen en ook geen representatief overzicht gaf van wat er op het vlak van culinaire fotografie bestond. Daaruit ontstond het idee om andere fotografen uit te nodigen om deel te nemen. Iedereen mag foto's insturen met de bedoeling de culinaire fotografie naar het niveau van kunstfotografie op te tillen. Foodfotografie is immers meer dan het fotograferen van borden. In Foodprint staan ook portretten, landschapsfoto's en glamourfoto's met culinaire link. Voor de eerste editie heb ik via een Belgische beroepsvereniging fotografen uitgenodigd om beelden in te zenden. Ik wist op dat moment niet wat ik er van moest verwachten. Ik vreesde een beetje de reactie 'Joris Luyten wil gratis foto's hebben om met andermans werk een boek te maken'. Ik vond echter dat ik de fotografen een vrij podium aanbood om hun werk kenbaar te maken in de culinaire wereld. Het boek is een galerij waarbij elke foto een volledige pagina krijgt en waarbij een zeer duidelijke naamsvermelding staat, met bovendien achteraan in het boek een colofon met alle gegevens van de deelnemers – indien men deze fotografen wil contacteren. De beelden worden dus niet gebruikt als illustratie bij een artikel. Gelukkig hebben mijn collega-fotografen dit ook zo geïnterpreteerd, want de hoeveelheid inzendingen was overweldigend. Er is plaats voor 75 beelden en dus moest er geselecteerd worden. Ik heb slechts één negatieve e-mail ontvangen, tussen honderden positieve e-mails."

Ondertussen is Foodprint internationaal getint…

"Na de eerste uitgave is het boek opgemerkt door de organisatoren van het Food Photo Festival in Tarragona. Ik ben op hun uitnodiging het boek daar gaan voorstellen waarbij alle foto's van de deelnemende fotografen in een slideshow voor een volle zaal werden geprojecteerd. Ook dat is dus promotie voor de deelnemers. In Tarragona heb ik veel nieuwe contacten kunnen leggen, zodat de tweede uitgave meteen een internationale editie was. Ook vanuit het buitenland is nooit de vraag gesteld of er betaald werd voor de geleverde beelden. Iedereen is ervan gecharmeerd dat hij mee kan doen. Alle deelnemers krijgen een exemplaar van het boek toegestuurd. Sindsdien is het concept blijven groeien zodat ik op dit ogenblik mag stellen dat Foodprint een weergave is van de actuele culinaire fotografie op wereldvlak. Zo is het erg interessant om te zien welke verschillen er zijn tussen foto's uit India en de Verenigde Staten bijvoorbeeld. We mogen gerust stellen dat we in België en Nederland op wereldniveau meespelen. Het boek wordt maar in twee talen uitgegeven, Nederlands en Frans, maar toch maakt niemand daar een probleem van. Er zijn contacten geweest met uitgeverijen in het buitenland om een Engelse editie op de markt te brengen, maar tot nog toe hebben we niemand gevonden die zich aan het avontuur wil wagen. We hebben ook geprobeerd om lokale edities te maken in het buitenland, maar ook dat is niet evident. In België maken we Foodprint met een kleine ploeg. België is een klein land, dus ik kan perfect voor een interview met een topchef in de voormiddag naar de kust rijden en in de namiddag iemand spreken in Luik. In een groot land als Frankrijk is dat niet zo handig. Dan moet je met meerdere redacteurs gaan werken, wat dan weer meer coördinatie vraagt en de kosten doet oplopen.
Sinds 2012 wordt er ook jaarlijks een award toegekend met de nodige persaandacht. Alle foto's komen op de website **www.foodprint.be** te staan. Daar kan op de foto's gestemd worden door het publiek. In 2014 werd deze prijs gewonnen door Piroska Mihalka. Piroska's werk krijgt, dankzij Foodprint, nog meer internationale aandacht.
Foodprint heeft ook een stand op Horeca Expo in Gent waar 50.000 bezoekers naar toe komen. Daar wordt het boek voorgesteld aan de pers en hangt er ook een selectie van foto's. Ook dat is promotie voor de deelnemende fotografen. Tot slot wil ik nog eens herhalen dat iedereen een foto mag opsturen. We zouden vooral meer glamourfoto's met een culinaire touch willen zien. Artistiek naakt kan best, alhoewel we ook wel moeten opletten dat het boek niet verboden wordt in sommige moslimlanden. Je hoeft echt geen foodfotograaf pur sang te zijn. Foto's kan je mailen naar **info@jorisluyten.be** (vóór 1 december 2015). De mensen hebben dus nog even tijd."

www.jorisluyten.be
www.foodprint.be ■